



TRUST AND USER SATISFACTION IN DIGITAL APPLICATION: AN ANALYSIS OF GOPAY E-MONEY SERVICE

Candra Gunawan¹ Eka Febriani^{2*} Angga Kusumah³

^{1,3} Politeknik Negeri Samarinda, Samarinda, Indonesia

² Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia
eka.febriani@feb.unmul.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 05-04-2024

Tgl. Diterima : 26-06-2024

Tersedia Online : 29-06-2024

Keywords:

security, information quality,
system quality, trust,
satisfaction of users

ABSTRACT

The digital era has an impact on people's economic activities which provide convenience, speed, and accuracy in financial transactions, one of which is e-money, where the GoPay application is an e-money application that offers convenience and security in various digital payment transactions. The research aims to analyze the influence of security, information quality, and system quality on the trust and satisfaction of users of the GoPay e-money application. Researchers collected 350 samples by distributing questionnaires to GoPay application users. The research results show that security, information quality, and system quality significantly influence trust and satisfaction of users.

PENDAHULUAN

Era digital saat ini, memberikan kemudahan-kemudahan dalam bertransaksi secara ekonomi serta beragam caranya. Salah satu dari sekian banyak cara bertransaksi ekonomi secara digital, adalah *e-money*. E-Money dalam bahasa Indonesia uang elektronik, yaitu salah satu alat pembayaran digital yang didapat dengan cara memasukkan nominal uang terlebih dahulu ke suatu entitas penyelenggara uang elektronik. Proses ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, melalui ATM, *mobile banking* dan melalui aplikasi digital. Nilai uang elektronik yang telah disetorkan kemudian dimasukkan ke dalam media kartu atau aplikasi e-money dan dinyatakan dalam satuan rupiah di Indonesia. Media-media tersebut digunakan untuk bertransaksi keuangan yaitu pembayaran melalui berbagai cara dan nilai uang atau saldo akan berkurang pada tampilan media e-money secara

langsung (Rivai et al., 2007). Pemakaian uang elektronik atau *e-money* memperlihatkan tren positif pada tahun

2023. Hal ini dapat terlihat dari data BI (Bank Indonesia) yang mencatat nilai transaksi pembayaran lewat uang elektronik mencapai 166,60 triliun rupiah periode Oktober tahun 2023, atau naik 5 persen dari bulan november, dan naik 25 persen secara tahunan (Nurtiandriyani Simamora, 2024).

Bulan September 2021, Bank Indonesia menetapkan bahwa 59 entitas yang memiliki izin sebagai penyelenggara uang elektronik (Indonesia, 2021). Dari data tersebut, 16 lembaga atau 27% merupakan bank, sedangkan lembaga-lembaga lainnya adalah perusahaan dari berbagai sektor, termasuk finansial dan non-finansial, PT. Dompot Anak Bangsa adalah salah satunya penyelenggara yang terdaftar, dimana media dan mengoperasikan transaksi *top-up* atau pengisian saldo dan pembayaran atau transaksi ekonomi pada aplikasi yang dapat di instal pada *smartphone* (telepon pintar) yaitu GoPay nama aplikasinya. Diaman aplikasi GoPay adalah salah satu produk yang terintegrasi pada aplikasi GoJek, yang dimiliki PT. Aplikasi Anak Bangsa. Namun

GoPay sudah memiliki aplikasi sendiri, sehingga konsumen tidak lagi membuka aplikasi GoJek untuk memanfaatkan GoPay untuk bertransaksi ekonomi. Pembangunan infrastruktur pendukung pada *e-money* tidak memerlukan *cost* yang tinggi dan cara konvensional, untuk bertransaksi dapat dilakukan oleh konsumen atau pengguna melalui telepon seluler pintar, yang sudah pasti harus memiliki jaringan internet.

Laju perkembangan GoPay yang cepat dan tawaran kepada konsumen atau pengguna yang semakin *user freindly*, maka para konsumen tertarik dan akhirnya mendaftarkan diri, selanjutnya menggunakan GoPay dalam melakukan pembayaran untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Namun seiring waktu dan berkembangnya GoPay, terdapat beberapa permasalahan yang timbul pada aplikasi GoPay, yang diungkap dari berbagai media elektronik. Adapun permasalahan yang dihadapi para pengguna adalah adanya aplikasi yang belum berjalan sesuai harapan, situasi yang mengakibatkan akun pengguna terblokir dan saldo uang berkurang secara tiba-tiba tanpa adanya transaksi pembayaran digital dapat menimbulkan kekhawatiran dan kerugian konsumen (Aini, 2017). Dampak dari kejadian di atas, dapat mempengaruhi perkembangan bisnis uang elektronik yang dijalankan oleh GoPay menjadi kurang baik dari kepercayaan dan kepuasan penggunaannya. Dari manajemen PT. Dompot Anak Bangsa menyatakan telah melakukan perbaikan-perbaikan dari keluhan-keluhan pengguna yang terjadi, bahwa keamanan, kualitas informasi dan kualitas sistem telah dilakukan perbaikan, akan tetapi belum ada evaluasi secara terbuka dan independen atas hal tersebut. Sehingga kepercayaan dan kepuasan dimata pengguna, dapat menilai baik atau

McLean, kemudian menjadikannya kerangka penelitian agar menjadi acuan. Hal tersebut dilakukan agar dapat menyesuaikan ketercapaian dan pemenuhan kesuksesan penelitian. Selanjutnya, memodifikasi model pada penelitian ini didasarkan atas apa yang diteliti oleh DeLone dan McLean dengan memodifikasi sendiri model mereka sebelumnya, yaitu adanya perbedaan pada model tahun 1992 dan 2003 (DeLone & McLean, 1992, 2003). Pada penelitian terdahulu yang serupa menggunakan Model DeLone dan McLean, juga memodifikasi dari model di atas, yang disesuaikan dari pemenuhan kebutuhan penelitian mereka. Penelitian-penelitian yang melakukan memodifikasi Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean, yaitu: (Abrego Almazán et al., 2017; Lee & Chung, 2009; Stefanovic et al., 2016a).

Memodifikasi model penelitian dari Model DeLone dan McLean yaitu dengan modifikasi variabel eksogen berjumlah tiga variabel, yaitu: keamanan, kualitas informasi, dan kualitas sistem. Kemudian variabel endogen yaitu kepercayaan dan kepuasan pengguna. Penelitian tersebut diharapkan dapat mengetahui pengaruh faktor-faktor dari variabel eksogen di atas, kemudian dapat pula dijadikan bahan masukan. Dalam sistem informasi bisnis, terdapat konsep teori dan pengembangan yang sangat relevan, khususnya uang elektronik berbasis aplikasi, yang pada akhirnya membuat para pengguna percaya dan puas menggunakan aplikasi sistem informasi tersebut. Kepuasan pengguna sistem informasi adalah emosi atau perasaan pengguna setelah berinteraksi pada suatu produk sistem informasi. Secara umum kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kualitas layanan, kualitas informasi, kualitas sistem. Sehingga media yang digunakan

buruknya kinerja suatu produk aplikasi untuk mengukur tingkat kepuasan keuangan sistem informasi.

Dalam Penelitian ini, peneliti mengadopsi dan memodifikasi Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean yang dihasilkan dari *website* dan layanan pendukung lainnya dari penyedia sistem (Petter et al., 2008). Penelitian pengguna

e-money pada aplikasi GoPay, sangat penting dilakukan guna dianalisis dan diukur kesuksesannya, sehingga bisa sebagai dasar pertimbangan pengembangan dan memberikan masukan dalam membangun produk sistem informasi, khususnya di bidang keuangan.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kepercayaan

Kepercayaan yaitu kesediaan untuk mengandalkan orang atau pihak lain, yang didasarkan oleh ekspektasi dan kebaikan hati mereka. Atas hal tersebut, Tingkat kepercayaan yang tinggi dapat mendorong seseorang untuk tetap setia pada sesuatu yang dianggap memenuhi harapan, termasuk kesetiaan pada sebuah merek tertentu. (Ganesan, 1994)

Kepuasan

Kepuasan pengguna merupakan reaksi atau emosi yang dirasakan setelah berinteraksi atau menggunakan suatu produk sistem informasi. Pada umumnya kepuasan para pengguna ditentukan oleh kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas *service* yang diterima. Oleh karena itu, alat ukur yang digunakan untuk menilai kepuasan pengguna melibatkan tingkat kepuasan terhadap kualitas laporan atau hasil yang diberikan, situs web, serta dukungan layanan yang disediakan oleh penyedia sistem (Petter et al., 2008).

Keamanan

Rainer et al. (2020) menyatakan bahwa keamanan definisinya adalah tingkat perlindungan dari tindakan

kejahatan, situasi bahaya, kerusakan, dan/atau kehilangan. Penyelenggara yang memiliki karakteristik yang berintegritas, kehandalan, kompetensi dan kepastian penyedia tersebut adalah hal yang utama terkait

berhubungan dengan kepercayaan pengguna. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa konsumen akan senang di *online shop* terhadap penjual *online* dilihat pada evaluasi terhadap kelengkapan-kelengkapannya, antara lain adalah pada aspek *security* pada data pribadi (Jin & Park, 2006).

Pengertian keamanan dari kacamata perspektif pengguna yaitu kemungkinan yang subjektif dimana pengguna percaya bahwa informasi privasi atau rahasia (data diri pribadi dan keuangan) tidak bisa dibuka, disimpan, dan dimanipulasi selama masa transisi dan pada data induk oleh pihak-pihak yang tidak memiliki hak, kemudian secara konsisten dilaksanakan agar pengguna menjadi percaya nantinya (Chellappa & Pavlou, 2002). Kepuasan pengguna menjadi hal yang sangat penting, dikarenakan di lingkup transaksi digital konsumen bisa menghilang, jika mereka belum bisa mengakses situs web atau tidak menyenangkan dalam pelayanan bisnis (Chung & Shin, 2008). Dari pernyataan-pernyataan di atas, maka peneliti berhipotesis:

H₁: Keamanan berpengaruh pada kepercayaan pengguna

H₂: Keamanan berpengaruh pada Kepuasan pengguna

Kualitas Informasi

Kualitas informasi yaitu ciri khas dari *output* yang ditampilkan pada sistem informasi yaitu terdiri atas laporan manajemen dan *pages website* (Petter & McLean, 2009). Jika pengguna informasi merasa hasilnya berkualitas tinggi, maka kecenderungan para pengguna adalah kepercayaan yang cukup tinggi dengan melihat tingkat kemampuan, integritas, dan kebijakannya, kemudian dengan sukarela membeli atau berbelanja pada penyedia tersebut (McKnight & Chervany, 2001). Kualitas informasi diukur dengan indikator-indikator yaitu keakuratan, ketepatan waktu, kelengkapan, sesuai realita, dan konsistensi. Kualitas informasi yang semakin baik dari suatu sistem informasi, maka dapat meningkatkan

kepuasan pelanggan terhadap suatu sistem. Hal ini menyatakan bahwa faktor-faktor tersebut lebih utama dalam membangun kepercayaan. (DeLone & McLean, 2003)

Dari penelitian (Lee & Chung, 2009) menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh pada kepercayaan melebihi kepuasan konsumen. Penelitian lainnya (Abrego Almazán et al., 2017) menyatakan hasil penelitiannya bahwa kualitas informasi adalah yang lebih utama dalam penentuan kepuasan pengguna. Dari uraian tersebut, maka peneliti berhipotesis, sebagai berikut:

H₃: Kualitas informasi berpengaruh pada kepercayaan pengguna

H₄: Kualitas Informasi berpengaruh pada Kepuasan Pengguna

Kualitas Sistem

Kualitas sistem diukur berdasarkan performa atau kinerja suatu sistem yang dipengaruhi oleh penggunaan yang mudah, mudah untuk dipelajari, layanan sistem, sistem yang akurat dan kelengkapan dalam penggunaan (Petter et al., 2008)

Kualitas sistem memberikan pengaruh kepercayaan dan kepuasan pengguna. Sehingga faktor-faktor tersebut sangat penting dalam membangun kepercayaan. (Lee & Chung, 2009). Sistem informasi berpengaruh pada entitas menunjukkan bahwa kualitas sistem memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna, hal ini berdasarkan dari penilaian para pelanggan, bahwa sistem informasi tersebut dapat digunakan dengan mudah, cepat, dan akurat dari sistem lainnya pada suatu organisasi (Abrego Almazán et al., 2017). Dari hal-hal tersebut, peneliti mengajukan hipotesisnya:

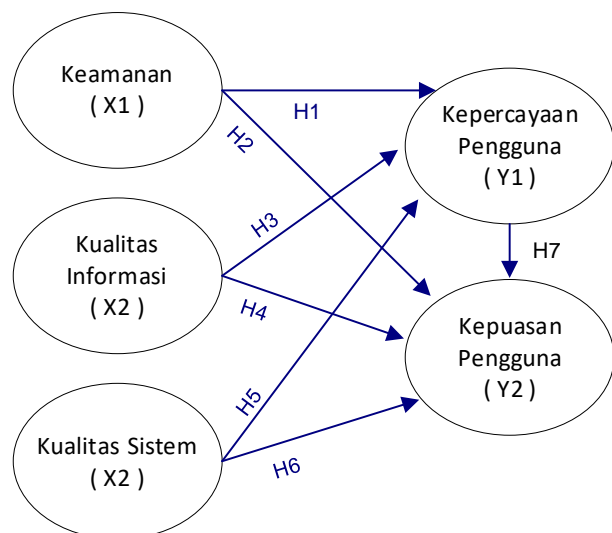
H₅: Kualitas sistem berpengaruh pada kepercayaan pengguna

H₆: Kualitas Sistem berpengaruh pada Kepuasan Pengguna

Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna

Kepercayaan adalah suatu kemauan untuk mengandalkan keyakinan kita bahwa orang tersebut memiliki kemampuan, integritas, dan niat baik untuk memenuhi harapan kita (Ganesan, 1994). Kemudian, seandainya kepercayaan tumbuh berkembang dan kuat, maka berdampak pada Penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengguna memiliki kesamaan dengan hasil penelitian sebelumnya, yaitu (Lee & Chung, 2009), bahwa kepercayaan pengguna memiliki dampak yang signifikan pada tingkat kepuasan pengguna. Pada penelitiannya, ditemukan bahwa kepercayaan merupakan faktor yang kuat memengaruhi kepuasan pengguna. Dari informasi tersebut, menyatakan bahwa kepercayaan adalah variabel yang terpenting dalam kegiatan ekonomi keuangan, baik secara daring maupun luring. Dari uraian di atas, peneliti mengajukan hipotesa, yaitu:

H₇: kepercayaan pengguna berpengaruh pada kepuasan pengguna



Gambar 2. Model Hipotesis

METODOLOGI PENELITIAN

Data hasil survei yang digunakan pada penelitian ini, yaitu kuesioner yang disebarluaskan. Kuesioner tersebut dalam skalanya interval dengan skor 1 sampai dengan 6, dan disebarkan kepada pemakai aplikasi uang elektronik yaitu GoPay dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan sehingga dapat menganalisis aplikasi GoPay dimana variabel-variabelnya adalah keamanan, kualitas informasi, kualitas sistem, kepercayaan pengguna dan kepuasan pengguna.

Kuesioner disampaikan ke para pengguna aplikasi GoPay dari berbagai latar belakang sosial, dilihat dari faktor-faktor seperti umur, pendidikan, dan profesi atau pekerjaan seringkali menjadi fokus analisis. Untuk mengumpulkan data tentang faktor-faktor ini, peneliti dapat menggunakan kuesioner fisik yang diberikan langsung kepada responden maupun *online* melalui google form. Jumlah responden yang peneliti diperoleh sebanyak 350 orang. Data diolah menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan tiga tahap, yaitu: Analisa *outer model*, Analisa *inner model* dan Pengujian Hipotesa untuk dirumuskan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian bertujuan untuk melihat pengaruh keamanan, kualitas informasi, dan kualitas sistem terhadap kepercayaan dan kepuasan pengguna. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi GoPay. Total kuesioner yang diperoleh sejumlah 350, sebesar 75% kuesioner didapatkan dari *online*, sehingga lebih besar dari pada kuesioner secara langsung, responden adalah seseorang yang menggunakan aplikasi GoPay dan memiliki *smartphone*. Oleh karena itu, dalam pengisian kuesioner, dapat lebih fleksibel dan mudah, dibandingkan dengan menggunakan lembaran kuesioner konvensional.

Karakteristik Responden

Dari hasil pengumpulan data responden, diketahui usia 21 - 30 tahun mendominasi jumlah responden, daripada jenjang usia lainnya. Untuk responden jenis kelamin wanita paling tinggi dari pada jenis kelamin pria. Pendidikan responden tingkat Strata-1 mendominasi sebesar 52%, kemudian disusul tingkat SMA. Kategori responden dari pekerjaan atau profesi, bahwa dari kalangan mahasiswa dan pegawai swasta sebesar.

Analisa Outer Model

Analisa *outer model* dilakukan melalui pengujian validitas dan reliabilitas, Tujuan dari uji model ini adalah untuk memahami hubungan antara setiap indikator dengan variabel laten.

Pengujian validitas (Chin & Dibbern, 2009), dengan penilaian convergent validity yang nilainya > 0.7 dan diketahui semua nilai indikator lebih dari 0,7 dengan melihat angka dari outer loading. Selanjutnya discriminant validity dengan cara memperbandingkan angka dari loading pada variabel yang dipilih harus lebih tinggi dibandingkan nilai loading dengan konstruk yang lainnya; dan AVE dengan nilai yang dituju > 0.5 . Penelitian nilai AVE masing-masing variabel berada $> 0,5$.

Pada uji reliabilitas merupakan alat ukur pada kuesioner yang berfungsi sebagai indikator dari variabel, Reliabilitas mendeskripsikan mengukur instrumen ini memberikan penilaian pengukuran yang konsisten ketika pengukuran dilakukan beberapa ulang kali (Chin & Dibbern, 2009). Berdasarkan analisis Partial Least Square (PLS) untuk menguji reliabilitas, dengan cara dua metode, yaitu composite reliability pada semua variabel dengan nilai $> 0,7$ yang menunjukkan kemampuan yang konsistensi pada tiap indikator untuk mengukur konstruksinya. Kemudian pada nilai cronbach's alpha yang diperoleh harus memperlihatkan hasil $> 0,6$ maka setiap variabel bernilai reliabel.

Evaluasi model struktur/inner model bisa dilakukan dengan memperhatikan

dari R^2 dan Q^2 (Hair et al., 2012). Dari melakukan pengujian R^2 , di dapatkan hasil dan juga disimpulkan bahwa dua variabel endogen yaitu kepercayaan dan kepuasan pengguna didapatkan hasil yaitu nilai >0 dan <1 . Pada variabel kepercayaan pengguna bernilai 0,6959 sehingga kemampuan variabel eksogen yaitu keamanan, kualitas informasi, dan kualitas sistem dalam menjelaskan variabel endogen yaitu kepercayaan pengguna adalah sedang. Sedangkan variabel kepuasan pengguna bernilai 0,76 dapat diartikan bahwa kekuatan variabel-variabel eksogen dan variabel kepercayaan mampu dengan kuat menjelaskan variabel kepuasan pengguna. Selanjutnya Q^2 diantara 0 sampai dengan 1, semakin dekat dengan angka 1, maka model penelitian semakin baik. Pada penelitian ini, Q^2 memperoleh nilai 0,92616452, artinya model penelitian ini berstatus baik.

Uji hipotesis atau signifikan digunakan untuk menilai ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan menggunakan cara bootstrap agar dapat mengukur signifikansi koefisien jalur (Hair et al., 2012).

Pengaruh Keamanan terhadap kepercayaan pengguna

Kriteria level signifikan T-Statistik 10%, yaitu 1,037 dan P-Value bernilai 0,30. Maka disimpulkan, keamanan berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna, sehingga hipotesis diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari (Chellappa & Pavlou, 2002; Hayuningtyas & Widiyanto, 2015; Jin & Park, 2006), bahwa menyatakan keamanan pengaruh. Keamanan yang kuat, maka bisa menghasilkan kepercayaan pengguna

Pengaruh keamanan terhadap Kepuasan pengguna

Dengan nilai 3,903 signifikan dari perhitungan T-statistik pada kriteria signifikan 1%, dan nilai $P < 0,01$. Maka peneliti berkesimpulan bahwa keamanan berpengaruh pada kepuasan pengguna, sehingga hipotesa diterima. (Chellappa & Pavlou, 2002; Hayuningtyas & Widiyanto, 2015; Jin & Park, 2006)

Tabel 1. Path Coefficients

Hubungan Variabel	T-Statistic	P-Value	Hasil Uji
Keamanan -> Kepercayaan Pengguna	6,435*	0,000*	Diterima
Keamanan -> Kepuasan Pengguna	3,903*	0,000*	Diterima
Kualitas Informasi -> Kepercayaan Pengguna	11,229*	0,000*	Diterima
Kualitas Informasi -> Kepuasan Pengguna	1,907***	0,057***	Diterima
Kualitas Sistem -> Kepercayaan Pengguna	9,195*	0,000*	Diterima
Kualitas Sistem -> Kepuasan Pengguna	2,068**	0,039**	Diterima
Kepercayaan Pengguna -> Kepuasan Pengguna	2,792*	0,005*	Diterima

Sumber: Data pengolah PLS

Hasil uji hipotesis diterima dengan nilai T-Statistik dan P-Value sebagai berikut:

- T-Statistik (2,57) dan P-value $<0,01$
- T-Statistik (1,96) dan P-value $<0,05$
- T-Statistik (1,65) dan P-value $<0,10$

Berkesinambungan dengan penelitian ini, bahwa keamanan memiliki pengaruh pada kepuasan. Keamanan adalah hal yang sangat penting, sehingga dapat

menjadi upaya agar kepuasan pengguna terwujud.

Kualitas informasi terhadap kepercayaan pengguna

Kriteria level signifikan 1% dari hasil T-statistik yaitu 11,229 signifikansi P-Value <0,01. Sehingga didapatkan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap kepercayaan pengguna, dan hipotesis diterima. Hal ini, sama dengan pernyataan oleh (Lee & Chung, 2009). Sistem informasi transaksi keuangan, wajib mengeluarkan informasi yang bermutu, agar memperkuat kepercayaan pengguna sehingga informasi yang didapatkan bersifat handal dan relevan.

Pengaruh Kualitas Informasi Kepuasan Pengguna

Hasil perhitungan dengan dimana T-Statistik sebesar 1,907 pada P-Value kurang dari 0,10. Sehingga hipotesis diterima, dimana kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Abrego Almazán et al., 2017; Hudin & Riana, 2016; Lee & Chung, 2009; Roky & Al Meriouh, 2015; Stefanovic et al., 2016b), Hasil penelitian ini, menyatakan bahwa Informasi yang berkualitas, memperkuat kepercayaan pengguna akibat kebenaran informasi.

Pengaruh Kualitas sistem terhadap kepercayaan

Berdasarkan hasil perhitungan T-statistik dengan kriteria tingkat signifikansi 1% diketahui, bahwa kualitas sistem memiliki pengaruh pada kepercayaan pengguna dengan nilai 9,195 dan nilai P-

Value < 0,01. Kesimpulannya adalah adanya pengaruh kualitas sistem terhadap kepercayaan pengguna, maka hipotesis dapat diterima dan sejalan dengan (Lee &

Chung, 2009). Sistem informasi yang berkualitas menumbuhkan dan memperkuat kepercayaan pengguna dapat terwujud.

Pengaruh Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Pengguna

Dari perhitungan menunjukkan bahwa dengan nilai T-statistik 2,068 dan P Value < 0,05. Bahwa hasilnya signifikan dan kesimpulannya hipotesis 2 diterima karena kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Penelitian terdahulu (Abrego Almazán et al., 2017; Hudin & Riana, 2016; Lee & Chung, 2009; Roky & Al Meriouh, 2015; Stefanovic et al., 2016b) memiliki hasil yang sama, yaitu sistem yang memiliki kualitas dan secara berkesinambungan melakukan pembaruan sistem, sehingga berdampak pada kepuasan pengguna.

Pengaruh kepercayaan pengguna terhadap kepuasan pengguna

Berdasarkan hasil perhitungan T-statistik dengan nilai 2,792 lebih besar dari 2,57 dan signifikansi P-Value < 0,01. Hal ini menyatakan kualitas informasi memiliki pengaruh pada kepuasan pengguna, maka hipotesis diterima. Bahwa penelitian oleh (Jin & Park, 2006; Lee & Chung, 2009; Winnie, 2014), menyatakan hasil yang sama dengan penelitian ini. Dengan meningkatnya kepercayaan pengguna dapat mendatangkan kepuasan pengguna.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Dari hasil penelitian ini diketahui implikasinya bagi aplikasi GoPay, harus memastikan keamanan dari tindakan kriminal, bahaya yang dapat merugikan dari segi keuangan, kerusakan, pencurian, akses data yang tidak memiliki hak, dan kehancuran data. Kemudian sistem yang

berkualitas dan handal, akses yang cepat, mudah dalam pengoperasian aplikasi serta fleksibel. Maka dapat menghasilkan kualitas informasi pada aplikasi uang elektronik GoPay yang akurat, handal, relevan, dan tepat waktu. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pengguna akan berkembang dan cenderung meningkat melalui keandalan, kejujuran, dan ketulusan, sehingga niscaya kepuasan pengguna dapat terealisasi.

Keterbatasan pada penelitian ini adalah dalam Model DeLone dan McLean terdapat variabel *service quality* dan *user Interface quality*, namun dalam kesempatan penelitian ini, tidak mencantumkan variabel-variabel tersebut. Maka pada kesempatan penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan dua variabel independen tersebut. Dengan jumlah responden sebesar 350 orang, masih perlu ditambah, karena jumlah pengguna GoPay sangat besar, sehingga perlu adanya penambahan jumlah responden. Selanjutnya perlu menambahkan tujuan atau rumusan masalah yaitu Kepercayaan pengguna yang dapat memediasi pengaruh keamanan, Kualitas Informasi dan Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Pengguna.

REFERENCES

- Abrego Almazán, D., Sánchez Tovar, Y., & Medina Quintero, J. M. (2017). Influencia de los sistemas de información en los resultados organizacionales. *Contaduría y Administración*, 62(2), 303–320.
- Aini. (2017, October 19). *Akun GO-JEK Diblokir, Saldo GOPay tidak Bisa Dicairkan*. *Www.News.Detik.Com*.
- Bharati, P., & Chaudhury, A. (2004). An empirical investigation of decision-making satisfaction in web-based decision support systems. *Decision Support Systems*, 37(2), 187–197.
- Chellappa, R. K., & Pavlou, P. A. (2002). Perceived information security, financial liability and consumer trust in electronic commerce transactions. *Logistics Information Management*, 15(5/6), 358–368.
- Chin, W. W., & Dibbern, J. (2009). An introduction to a permutation based procedure for multi-group PLS analysis: Results of tests of differences on simulated data and a cross cultural analysis of the sourcing of information system services between Germany and the USA. In *Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications* (pp. 171–193). Springer.
- Chung, K.-H., & Shin, J.-I. (2008). The relationship among e-retailing attributes, e-satisfaction and e-loyalty. *Management Review: An International Journal*, 3(1), 23–45.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60–95.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Everard, A., & Galletta, D. F. (2005). How presentation flaws affect perceived site quality, trust, and intention to purchase from an online store. *Journal of Management Information Systems*, 22(3), 56–95.
- Ganesan, S. (1994). Determinants of long-term orientation in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 58(2), 1–19.

- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 51–90.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2012). Partial least squares: the better approach to structural equation modeling? *Long Range Planning*, 45(5–6), 312–319.
- Hayuningtyas, W. H., & Widiyanto, I. (2015). Antecedent kepercayaan dan keputusan pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 639–749.
- Hudin, J. M., & Riana, D. (2016). Kajian keberhasilan penggunaan sistem informasi accurate dengan menggunakan model kesuksesan sistem informasi delon dan mclean. *Jurnal Sistem Informasi*, 12(1), 1–8.
- Indonesia, B. (2021). *Statistik Sistem Pembayaran (SSP) Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Jin, B., & Park, J. Y. (2006). The moderating effect of online purchase experience on the evaluation of online store attributes and the subsequent impact on market response outcomes. *Advances in Consumer Research*, 33(1).
- Kotler, P., Pemasaran, M., Jilid, I., & II, P. T. (2005). *Indeks*. Jakarta.
- Lee, K. C., & Chung, N. (2009). Understanding factors affecting trust in and satisfaction with mobile banking in Korea: A modified DeLone and McLean's model perspective. *Interacting with Computers*, 21(5–6), 385–392.
- McKnight, D. H., & Chervany, N. (2001). *While trust is cool and collected, distrust is fiery and frenzied: A model of distrust concepts*.
- Nurtiandriyani Simamora. (2024, January 9). Nilai Transaksi Belanja Pakai Uang Elektronik pada 2023 Mengalami Kenaikan. *Kontan*.
- Petter, S., DeLone, W., & McLean, E. (2008). Measuring information systems success: models, dimensions, measures, and interrelationships. *European Journal of Information Systems*, 17, 236–263.
- Petter, S., & McLean, E. R. (2009). A meta-analytic assessment of the DeLone and McLean IS success model: An examination of IS success at the individual level. *Information & Management*, 46(3), 159–166.
- Rainer, R. K., Prince, B., Sánchez-Rodríguez, C., Spletstoesser-Hogeterp, I., & Ebrahimi, S. (2020). *Introduction to information systems*. John Wiley & Sons.
- Rivai, H. V., Veithzal, A. P., & Idroes, F. N. (2007). *Bank and financial institution management*. Raja Grafindo Persada.
- Roky, H., & Al Meriouh, Y. (2015). Evaluation by users of an industrial information system (XPPS) based on the DeLone and McLean model for IS success. *Procedia Economics and Finance*, 26, 903–913.
- Stefanovic, D., Marjanovic, U., Delić, M., Culibrk, D., & Lalic, B. (2016a). Assessing the success of e-government systems: An employee perspective. *Information & Management*, 53(6), 717–726.
- Stefanovic, D., Marjanovic, U., Delić, M., Culibrk, D., & Lalic, B. (2016b).

Assessing the success of e-government systems: An employee perspective. *Information & Management*, 53(6), 717–726.

Winnie, P.-M. W. (2014). Customer Interface Quality on Customer E-loyalty and E-satisfaction in Malaysia with the Effects of Trustworthiness. *Global Journal of Emerging Trends in E-Business, Marketing and Consumer Psychology (GJETeMCP), An Online International Research Journal*, 1(2), 118–136.